

5. Для забезпечення розвитку наукоємних виробництв необхідно спонукати до створення науково-виробничих холдингів для вирішення конкретних завдань і реалізації науково-технічних та інноваційних програм, проєктів тощо. При цьому вони можуть створюватися як за типами виробленої продукції, так і за технологічною орієнтацією підприємств.

1. Багриновский, К. А. Проблемы управления развитием наукоемкого производства [Електронний ресурс] / К. А. Багриновский. — Режим доступу: URL: <http://www.mevriz.ru/articles/2003/2/1676.html>.
2. Наукові кадри та кількість організацій [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Соціально-економічний розвиток України за 2011 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу: URL: www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2011/so_ek_r_u/soekru_u/soekru_2011.zip.
4. Статистичний щорічник України за 2011 рік [Текст] / за ред. Осауленка О. Г. — К. : Державний комітет статистики України, 2012. — 560 с.
5. Узун, Д. Д. Исследование границ области применения показателя наукоемкости [Текст] / Д. Д. Узун // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. — 2010. — № 4(12). — С. 39–47.

6. Україна в цифрах у 2010 році: Статистичний збірник [Текст] / за ред. Осауленка О. Г. — К. : Державний комітет статистики України, 2011. — 252 с.
7. Godin, B. The obsession for competitiveness and the impact on statistics: the construction of high-technology indicators. Project of the history and sociology of S&T statistics [Text] / B. Godin // Working paper. — 2004. — № 25.
8. Seminar on High technology industry and products indicators // Summary record. — OECD, 1994.
9. Boretsky, M. Trends in US Technology. A Political economist's view [Text] / M. Boretsky. — American Scientist. — 1975. — pp. 70—82.
10. Atzichronoglou, T. Revision of the High-Technology Sector and Product Classification [Text] / T. Atzichronoglou // OECD Science, Technology and Industry Working Papers. — 1997/2. OECD Publishing.

Ключевые слова: наукоемкие производства, наукоемкость ВВП, стратегия развития, научно-производственный холдинг.

Koshevoy Nikolay, Dnipropetrovsk National University Oles Honchar, e-mail: nn.koshevoy@gmail.com

УДК 658.152

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Ключові слова: інвестиційна привабливість підприємства, фактори внутрішнього середовища, фактори зовнішнього середовища, типологія, ідентифікування.

котра відображає конкурентні переваги підприємства у боротьбі за інвестиційні ресурси. Реальний або фінансовий інвестор керуються значним переліком критеріїв при вкладанні власних фінансових, матеріальних,

інтелектуальних та інших ресурсів у конкретне підприємство, оцінюючи при цьому істотні складові та рівень його інвестиційної привабливості з позиції подальшої інвестиційної віддачі. У діагностичному контексті вагому роль відіграють фактори формування інвестиційної привабливості підприємств, оскільки вони визначають характер її параметрів, їхню стабільність, тривалість дії тощо. Таким чином, виокремлення та ідентифікування системи факторів формування інвестиційної привабливості підприємства є первинним, відправним етапом діагностики у цій сфері, що є надзвичайно важливим для інвесторів як суб'єктів економічної діяльності.

Одним із ключових завдань інвесторів є діагностування інвестиційної привабливості підприємства як об'єкта потенційної віддачі на вкладений капітал. При цьому виникає необхідність у розпізнаванні ключових факторів формування інвестиційної привабливості підприємства з метою оцінювання рівня, стійкості та характеристик їхнього впливу на підприємство. Таким чином, виникає необхідність у формуванні комплексної системи та типології факторів, що формують інвестиційну привабливість підприємств. Це створить теоретико-методологічну та методико-прикладну базу для якісного первинного діагностування передумов формування інвестиційної привабливості підприємств.

2. Аналіз останніх наукових досліджень

У навчальній та науковій літературі наведено чимало поглядів авторів на фактори формування інвестиційної привабливості підприємств, їх класифікації та рівні розгляду. Так, В. І. Захарченко та М. О. Акулюшина виокремлюють сукупність факторів впливу на інвестиційний проект та інвестиційну привабливість підприємства, класично поділяючи їх на фактори зовнішнього середовища (соціальні, економічні, політичні, юридично-правові, науково-технічні, інфраструктурні, культурологічні) та фактори внутрішнього середовища (економічні та соціальні умови, корпоративні зв'язки, офіційна ринкова політика, репутаційний персонал, ресурси та комунікації, стиль керівництва, організація проекту) [1, с. 46–48]. Не зважаючи на доволі вичерпний перелік груп зовнішніх факторів та об'єктивну логіку їхнього поділу, фактори внутрішнього середовища виокремлені за різними ознаками, не відображають ключові параметри формування інвестиційної привабливості підприємства, незрозуміло деталізовані.

А. В. Череп, В. З. Бугай, Є. Л. Білий та А. В. Бугай виокремлюють схожі групи факторів зовнішнього середовища функціонування (суспільні, економічні, політичні, правові, науково-технічні, природні, культурні), але в межах внутрішнього середовища фактори не структуровані, лише акцентовано увагу авторів на стиль керівництва, засоби комунікації, професійність тощо [2, с. 9]. Таким чином, серед факторів внутрішнього середовища не враховано істотні фінансово-економічні, технологічні, управлінські та інші фактори.

С. О. Іщук наголошує, що інвестиційна привабливість підприємств істотно залежить від інвестиційної привабливості регіону функціонування. Своєю чергою, основними складовими інвестиційної привабливості регіону є його інвестиційний потенціал (економічний, виробничий, ресурсно-сировинний, трудовий, інноваційний, інституційний, інфраструктурний, фінансовий,

споживчий) та інвестиційні ризики (економічні, політичні, законодавчі, соціальні, екологічні, криміногенні, фінансові) [3, с. 4–6]. В. Тимошик також наголошує на тому, що інвестиційна привабливість підприємств значною мірою визначається привабливістю регіону функціонування. При цьому основними факторами формування цієї регіональної привабливості є: рівень загальноекономічного розвитку регіону, розвиток інвестиційної інфраструктури, демографічна характеристика, розвиток ринкових відносин та комерційної інфраструктури, безпека інвестиційної діяльності [4, с. 78].

О. М. Тарабукіна зауважує, що прагнення інвесторів вкладати власні ресурси у підприємства також обумовлюються рівнем інвестиційної привабливості чи інвестиційного клімату країни базування таких підприємств. При цьому інвестори зазвичай досліджують фактори макrorівня, що формують інвестиційну привабливість (органи державної влади, внутрішня та зовнішня політика держави, соціально-економічні процеси), фактори мезорівня (органи місцевої влади, стан та потенціал регіону, галузь функціонування), фактори мікрорівня (параметри діяльності підприємства) [5, с. 10]. Варто зауважити, що за даними Європейської Бізнес Асоціації Індекс інвестиційної привабливості України на завершення 2012 р. знизився за п'ятибальною шкалою до 2,12 балів, впавши до найнижчого рівня за останні три роки [6, с. 2].

Таким чином, у літературі [1–7] спостерігається класичний поділ факторів формування інвестиційної привабливості підприємств на фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, фактори макро-, мезо- та мікрорівня. При цьому змістове наповнення кожної групи є дискусійним, недостатньо повним та суперечливим. Як свідчать виконані практичні дослідження, інвестори у переважній більшості випадків ігнорують фактори макро- та мезо- рівнів при прийнятті рішення щодо інвестування, якщо підприємство-реципієнт інвестицій характеризується високим рівнем інвестиційної привабливості та гарантує потенційному інвестору належний рівень віддачі на вкладений капітал з мінімальними ризиками. Це свідчить про пріоритетність факторів формування інвестиційної привабливості саме на рівні підприємства, виокремлення їх груп за змістовою ознакою та достовірного ідентифікування.

3. Мета дослідження

Зважаючи на вищевикладене, ціллю статті є виокремлення системи та типологізація факторів впливу на інвестиційну привабливість підприємств.

4. Результати дослідження

Виконані дослідження дають змогу стверджувати, що фактори формування інвестиційної привабливості підприємства — це рушійні сили, котрі забезпечують створення переваг для підприємства у конкурентній боротьбі за обмежені інвестиційні ресурси [8]. Виокремлення таких факторів є важливими з огляду на нижченаведені аргументи:

— формування чіткого уявлення про систему факторів впливу на інвестиційну привабливість підприємства дає змогу визначити та пріоритетувати ключові фактори, визначаючи силу їхнього впливу, тривалість, стабільність та перспективність;

- ключові фактори формування інвестиційної привабливості створюють підґрунтя для побудови діагностичного інструментарію у вказаній сфері;
- ідентифікування основних факторів дає змогу формалізувати їхній вплив на формування складових інвестиційної привабливості підприємства;
- відстеження факторів у ретроспективі, поточному періоді та прогнозування у перспективі дає змогу підвищити точність та достовірність діагностування інвестиційної привабливості.

Для реального та фінансового інвесторів при прийнятті рішень щодо інвестування важливо враховувати фактори зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування. Фактори зовнішнього середовища відображають умови функціонування підприємства в певній геоекономічній системі, але вони не завжди є визначальними для конкретного індивідуального інвестора, адже досконалих умов діяльності немає в жодній країні світу. На підставі аналізування теорії та практики запропоновано типологію факторів зовнішнього середовища (рис. 1).

Як свідчить практика, інвестори вкладають кошти не лише у підприємства високорозвинутих країн, але й у підприємства країн, що розвиваються, та низькорозвинутих країн, які характеризуються несприятливим інвестиційним кліматом. Це свідчить про пріоритетність для певної групи інвесторів параметрів інвестиційної привабливості саме підприємства, а не умов та середовища діяльності. За такого підходу особливого значення набуває ідентифікування факторів внутрішнього середовища, які формують інвестиційну привабливість конкретного підприємства всупереч негативному інвестиційному клімату регіону функціонування.

На підставі виконаних досліджень фактори внутрішнього середовища формування інвестиційної привабливості за змістовою ознакою запропоновано типологізувати на певні групи (рис. 2).

Розглянемо наповнення кожної із груп факторів внутрішнього середовища формування інвестиційної привабливості підприємств:

1. Виробничо-технологічні фактори:

- рівень морального та фізичного зносу основних засобів підприємства;
- інноваційність та ефективність виробничих технологій;
- виробничі потужності;
- рівень технічного забезпечення;
- рівень та інтенсивність завантаження виробничого обладнання тощо.

2. Фінансово-економічні фактори:

- рентабельність, ліквідність, платоспроможність, фінансова незалежність підприємства;
- рівень загрози банкрутства;
- кредитоспроможність підприємства;
- капіталовіддача;
- фінансова стабільність;
- структура капіталу;
- наявність грошових засобів;
- інвестиційні ризики;
- наявність зобов'язань у підприємства щодо сплати штрафів, пені, неустойок тощо.

3. Соціальні фактори:

- рівень кваліфікації персоналу підприємства;
- рівень середньої заробітної плати;
- умови праці;
- соціальні пакети;
- розвиток соціальної інфраструктури;



Рис. 1. Типологія факторів зовнішнього середовища формування інвестиційної привабливості підприємств (сформовано авторами)

- система мотивування на підприємстві;
- наявність працівників рідкісних, ексклюзивних професій;
- плінність кадрів;
- наявність корпоративної культури;
- соціальна відповідальність підприємства;
- рівень конфліктності на підприємстві тощо.

4. Товарні фактори:

- конкурентоспроможність продукції підприємства за споживчими та економічними параметрами;
- наявність та впізнаваність товарного знаку;
- унікальність продукції, відсутність аналогів;
- тип продукції (масового, індивідуального, сегментного споживання) тощо.

5. Майнові фактори:

- наявність у власності підприємства земельних ділянок;
- наявність у власності підприємства майнових комплексів (будівель, споруд);
- площі підприємства та їх територіальне розміщення тощо.

6. Адміністративні фактори:

- організаційно-правова форма утворення підприємства;
- юридичний статус підприємства;
- форма власності;
- наявність справ у судовому провадженні щодо діяльності підприємства тощо.

7. Управлінські фактори:

- рівень розвитку системи менеджменту (планування, організування, мотивування, контролювання, регулювання, управлінського інструментарію, управлінських рішень);
- рівень автоматизації управлінських процесів;
- кваліфікація менеджерів інституційного, управлінського та технічного рівнів управління;
- стиль керівництва;
- ефективність стратегічного, антикризового, антидисипативного менеджменту на підприємстві тощо.

8. Розпізнавальні фактори:

- імідж підприємства;
- бренд;
- впізнаваність найменування підприємства;
- репутація на ринку тощо.

9. Інфокомунікаційні фактори:

- наявність налагоджених контактів з постачальниками, споживачами, фінансово-кредитними установами, транспортними та ін. забезпечувальними організаціями;
- розвиток маркетингових комунікацій;
- рівень розвитку внутрішньої комунікаційної системи;
- використання сучасних інфокомунікаційних технологій;
- наявність підприємства у рейтингах провідних тощо.

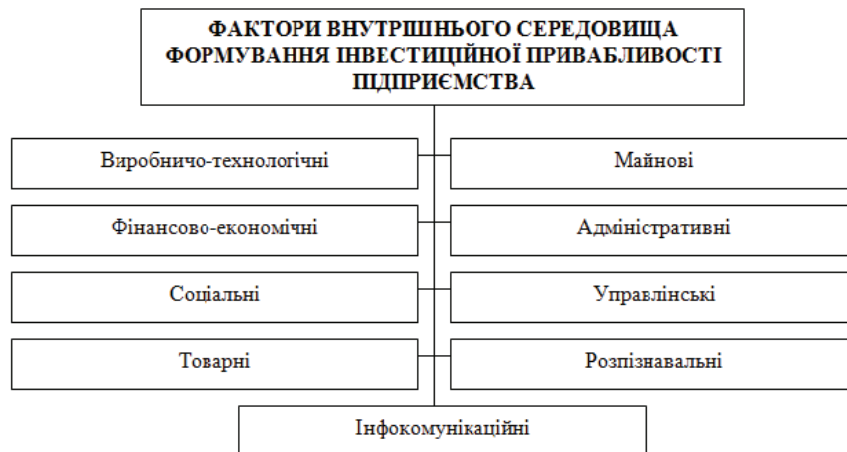


Рис. 2. Типологія факторів внутрішнього середовища формування інвестиційної привабливості підприємств (сформовано авторами)

Змістова типологія факторів внутрішнього та зовнішнього середовища формування інвестиційної привабливості підприємств розкриває максимально-широкий спектр інформації про параметри привабливості умов та характеристик діяльності конкретного підприємства для потенційного інвестора.

5. Висновки

Виконані дослідження засвідчили виключну важливість та необхідність виокремлення і систематизування факторів формування інвестиційної привабливості підприємств, оскільки їхнє вивчення та моніторинг формують підґрунтя для ефективного діагностування рівня інвестиційної привабливості конкретного підприємства для реального чи фінансового інвестора. Аналізування теорії та практики дали змогу запропонувати комплексні багатовекторні типології факторів зовнішнього та внутрішнього середовища формування інвестиційної привабливості підприємств як підґрунтя для їхньої подальшої формалізації та параметризації.

Розроблені типології факторів формування інвестиційної привабливості підприємств сформували передумови для побудови інтегрального фундаментального методу діагностики у цій сфері.

Література

1. Захарченко, В. І. Динаміка інвестиційно-інноваційних процесів у нестабільному середовищі [Текст] : монографія / В. І. Захарченко, М. О. Акулюшина. — Херсон: Олді-плюс, 2012. — 212 с.
2. Череп, А. В. Аналіз інвестиційних проектів [Текст] : практикум / А. В. Череп, В. З. Бугай, Є. Л. Білий, А. В. Бугай. — К. : Кондор, 2011. — 260 с.
3. Іщук, С. О. Теоретико-методичні засади оцінювання інвестиційної привабливості регіону [Текст] : зб. наук. пр. / С. О. Іщук // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Інвестиційна привабливість регіону та механізми її забезпечення / НАН України. Ін-т регіональних досліджень; відп. ред. Є. І. Бойко. — Львів, 2010. — Вип. 3(83). — С. 3—11.
4. Тимошик, В. Привабливість регіонів України у контексті напрямку розвитку інвестиційної політики [Текст] / Валерія Тимошик // Галицький економічний вісник. — 2005. — № 1. — С. 76—81.

5. Тарабукина, О. М. Инвестиційна привабливість території як мотивуючий фактор інвестиційної діяльності [Текст] / О. М. Тарабукина // Інвестиції: практика та досвід. — 2010. — № 12. — С. 8—11.
6. Україна в міжнародних рейтингах [Текст] / Зовнішньоекономічний кур'єр. Ділове видання Львівської Торгово-промислової палати. — Січень — лютий, 2013. — С. 2.
7. Кузьмін, О. Є. Діагностика інвестиційної привабливості підприємств регіону [Текст] / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник // Економіка і регіон. Науковий вісник Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка. — 2011. — № 30-С. — С. 23—28.
8. Товстенюк, О. В. Інвестиційна привабливість як об'єкт діагностики [Текст] / О. В. Товстенюк // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». — 2012. — № 727. — С. 381—386.

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Невзирая на наличие в теории и практике инвестиционной деятельности подходов к выделению факторов формирования инвестиционной привлекательности, их классификации, содержание и перечень, определяют немало дискуссий и расхождений в идентифицировании. Использование методов

группирования и сравнительного анализа дало возможность предложить комплексные поливекторные типологии факторов внешней и внутренней среды формирования инвестиционной привлекательности предприятий по смысловому признаку.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность предприятия, факторы внутренней среды, факторы внешней среды, типология, идентифицирование.

Кузьмін Олег Євгенович, доктор економічних наук, професор, заслужений працівник народної освіти України, директор Навчально-наукового інституту економіки і менеджменту, завідувач кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва, Національний університет «Львівська політехніка».

Товстенюк Олександр Віталійович, аспірант, Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

Кузьмин Олег Евгеньевич, доктор экономических наук, профессор, заслуженный работник народного образования Украины, директор Учебно-научного института экономики и менеджмента, заведующий кафедрой менеджмента и международного предпринимательства, Национальный университет «Львовская политехника».

Товстенюк Александр Витальевич, аспирант, Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки

Kuzmin Oleg, Lviv Polytechnic National University.

Tovsteniuk Oleksandr, Lesya Ukrainka Eastern European National University

УДК 530.16

Логинков О. В.

ОСНОВНЫЕ ПРОЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗОВ

В статье приведено понятие «образовательный продукт» вузов, сформирована система образовательных услуг, которая ориентирована на маркетинговое представление деятельности вузов, идентифицирована сущность основных стратегий развития вузов и определены основные виды проектов развития образовательной деятельности вузов.

Ключевые слова: проект развития вуза, образовательный продукт, стратегии развития.

1. Введение

Управление проектами — деятельность, которая долгое время практически не использовалась в сфере высшего образования: естественно, внедрялись новые учебные программы, открывались новые специальности, вузы участвовали в международных проектах и т. п., то есть изменения различного масштаба и содержания в вузах реализовывались, но без использования методологии, специфических инструментов и современных научных достижений в области проектного менеджмента. Возникает определенное противоречие — с одной стороны, вузы становятся, по сути, коммерческими объектами и вся их деятельность протекает в условиях рынка — жесткой конкуренции, борьбы за абитуриентов, студентов и т. п., с другой стороны — вузы практически не используют достижения теории и практики современного бизнеса — маркетинга, стратегического менеджмента, управления проектами. Может быть, именно поэтому, большинство попыток вузов повышения конкурентоспо-

собности, привлечения слушателей, достижения иных целей и реализации различных нововведений оказываются неуспешными.

2. Анализ исследований и выделение нерешенной части проблемы

С учетом сложившихся условий в сфере высшего образования, многие исследователи отмечают необходимость использования высшими учебными заведениями современных бизнес-концепций — маркетинга, стратегического менеджмента [2—6, 8—10]. Уделяется внимание даже такому понятию как «управление брендом» вуза, идентифицируются основные маркетинговые стратегии вузов [1, 4]. Что же касается «управления проектами» — то эта область знаний еще в меньшем объеме представлена в современных научных исследованиях, но, тем не менее, начинают появляться интересные публикации на эту тематику: например, в [7] представлен ценностный подход к образовательным проектам вузов; в [3]